



Industry
Canada

Industrie
Canada

Government
Publications

CAI
IST/20
-1999
Y53

Your

Internet business\$

Earning consumer trust

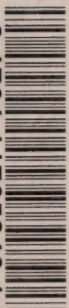


*A guide to consumer protection
for on-line merchants*

Office of Consumer Affairs

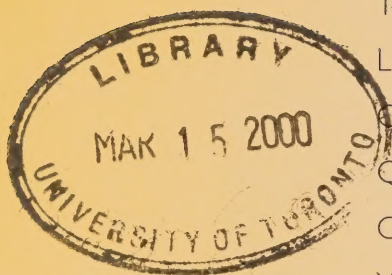
Canada

3 1761 11765246 1



Contents

Putting consumer protection into practice	4
Sample Web page	5
Telling consumers who you are	6
Letting consumers “kick the tires”	7
Customer-friendly ordering	8
Quick-buy option for repeat customers	9
Clear terms and conditions of sale	10
Your secure transaction system	11
Protecting customers’ personal information	12
Certifying your Web site	13
Responding to customer complaints	14
Unsolicited commercial E-mail	15
Educating your customers	16
Your on-line business checklist	17
Publication information	18
Working Group Participants	19



Your Internet business

Earning consumer trust



In the pages that follow, you'll find a guide for on-line merchants to protecting consumers and earning their trust.

The information presented here is based on principles* developed by representatives from businesses, consumer associations and governments across Canada. These principles cover in detail what Internet merchants should do to provide their customers with reasonable protection in the areas of information provision, contract formation, privacy, security of transaction and personal information, redress, liability, unsolicited commercial E-mail, and consumer awareness.

* *Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework*. Please refer to page 18 of this guide for information on how to obtain this document.

Putting consumer protection into practice

The fictitious bike store **Betty's Bikes** (see opposite) provides an example of successful business practices that follow the consumer protection principles like a pro. On the following pages, you'll see how Betty and her staff worked in all the important consumer information, while still producing an attractive site that draws in customers and is easy to use. The information is presented in the order a consumer might encounter it when considering making a purchase.

At the back of the guide (page 17), you'll find a checklist you can use when developing your own site to be sure you follow the principles.



Sample
Web page



Telling consumers who you are

Display your company name, legal identity and address prominently on your home page, along with detailed contact information. Consumers like using methods other than E-mail to contact companies, so if you have a toll-free number include it. At the very least, list your regular phone and fax numbers and your mailing address.

Welcome to Betty's Bikes, serving bike lovers since 1981

Models

Stories

er

New

max

ice

Betty's Bikes

Serving bike lovers since 1981

Weekly Sales!

New models are here!

- The latest off-road machines, road bikes and cruisers for professionals and weekend warriors of all ages.
- We sell high-quality bikes, parts and accessories from all the leading manufacturers.
- Check out our award-winning, custom-built titanium-alloy frame.

Contact us toll free in Canada
at 1-800-555-1234 or at (902) 555-1234

E-mail: General information: info@bettysbikes.ca
Sales: sales@bettysbikes.ca
Fax: (902) 555-6789

Visit our retail location:
2235 Wheeler Way, Halifax NS Z3Z 1X1

[\[Guarantees and Returns\]](#) [\[Privacy Policy\]](#) [\[Terms and Conditions\]](#)
[\[Tips for Your On-line Shopping Protection\]](#)

SECURITY

Letting
consumers
"kick
the tires"

Welcome to Betty's Bikes, serving bike lovers since 1981

Models
Accessories
Order
What's New
Customer Service

Sample Product Screen

The weekend trail rider MODEL REV LH1

Series 100 aluminium
REV standard
Yoshoyo 3B
Yoshoyo stnd
Yoshoyo stnd
Yoshoyo stnd
Mavrick 300
ABC Rounders
Midnight Black, Marine Blue, Key Lime Green
Small, Medium, Large
(click on the size for frame dimensions)

- Frame
- Fork
- Shifters
- Derailleurs
- Cranks
- Brakes
- Rims
- Tires
- Colours
- Sizes

• [Accessories](#)
• [Customer Service](#)

[Order](#) [Back](#)

2006 Page 1

Contact us toll free in Canada
at 1-800-555-1234 or at (902) 555-1234

E-mail: General information: info@bettysbikes.ca
Sales: sales@bettysbikes.ca
Fax: (902) 555-6789

Visit our retail location:
2235 Wheeler Way, Halifax NS Z3Z 1X1

[\[Guarantees and Returns\]](#) [\[Privacy Policy\]](#) [\[Terms and Conditions\]](#)
[\[Tips for Your On-line Shopping Protection\]](#)

SECURITY

Consumers can't make a hands-on inspection of your wares, so offer as much detailed information as you can about your products and services (including any applicable safety warnings and care instructions). Describe them in simple, plain language and be accurate and truthful.

Customer-friendly ordering



Provide customers with a clear, multistep purchasing process.

For example, set up a separate screen on your site for an order form or "shopping cart" that allows consumers to identify the items they are thinking about buying and choose their transaction option. Once they've listed all their items, they then click on the "Send" button to finalize their order. If you don't have a multistep purchasing process, then you should provide a "cooling off" period during which customers can change their mind. If you want to provide repeat customers with a faster way to buy, see the next page.

Show the full price of the items, the terms and conditions (see page 10 for more on this) and methods of transaction. Customers should be able to print a copy of the transaction for their records.

As well, if there is a delay between purchase and delivery, you should consider providing the terms and conditions of sale, customer service contact information, transaction arrangements and safety and care instructions at the time of delivery.

A screenshot of a web browser window displaying an 'ORDER Form'. The title bar of the window says 'Order Form'. The form has a dark blue header with the text 'ORDER Form' in white. To the right of the header, it says 'Your Customer Number:' followed by a text box containing 'B9876543'. Below this, there is a radio button and the text 'If you are a new customer, type in your name and mailing address.' The form contains several text input fields: 'Name:' with 'Johnny Bravo', 'Address:' with '12345 Yourstreet Rd.', 'City:' with 'Joestown', 'Province:' with 'Saskatchewan', 'Country:' with 'Canada', 'Postal Code:' with 'Z1E 3Z3', 'Telephone:' with '(999) 555-1212', and 'E-mail address:' with 'johnny.bravo@stella.com'. There is also a 'Fax:' field. Below these fields is a table with four columns: 'Product code', 'Quantity', 'Product description', and 'Price'. The table is currently empty. At the bottom of the form, there is a paragraph of text: 'Once you've listed all your items, click Send. This will take you to the confirmation screen where you can double check your order before sending it to us.' Below this text are two buttons: 'Cancel' and 'Send'. The status bar at the bottom of the browser window shows '100%' zoom and 'Page: 1'.

Quick-buy option for repeat customers

Repeat customers, who have already created an account and a password, may want a more convenient way to order your products. A quick-buy feature provides these customers with a clear and simple purchasing process, but requires a straightforward method of changing or cancelling an order within a reasonable period of time after the purchase. Providing this option makes your secure transaction system (see page 11) and privacy policy (see page 12) even more important to your customers.

Welcome to Betty's Bikes, serving bike lovers since 1981

Models

Accessories

Order

What's New

QUICK-BUY

If you're a repeat customer, use this option for increased convenience.

Account #

Password

Item #

SEND **CANCEL**

Check out our latest winning, custom-built titanium-alloy frame.

Contact us toll free in Canada
at 1-800-555-1234 or at (902) 555-1234

E-mail: General information: info@bettysbikes.ca
Sales: sales@bettysbikes.ca
Fax: (902) 555-6789

Visit our retail location:
2235 Wheeler Way, Halifax NS Z3Z 1X1

[\[Guarantees and Returns\]](#) [\[Privacy Policy\]](#) [\[Terms and Conditions\]](#)
[\[Tips for Your On-line Shopping Protection\]](#)

Clear terms and conditions of sale

Consumers need to know all the terms and conditions that apply to their purchase, for example:

- the full price and the currency in which the price is calculated
- shipping charges
- taxes
- customs duties and customs broker fees
- any other charges that will be added to the full price
- delivery arrangements
- limitations on where the product is for sale or can be shipped
- cancellation, return and exchange policies, warranties if applicable and any associated costs.

Put all the terms and conditions in one easy-to-find place on your site. Also provide customers with a way to print a copy of the terms and conditions for their files when they make their purchase.

Welcome to Betty's Bikes, serving bike lovers since 1981

Models
Accessories

Terms and conditions of sale

All prices are in Canadian dollars.

Shipping charges for complete bikes (CAN\$)

NOVA SCOTIA, NEW BRUNSWICK, PRINCE EDWARD ISLAND and NEWFOUNDLAND	\$40
ONTARIO, QUEBEC, MANITOBA, SASKATCHEWAN, ALBERTA, BRITISH COLUMBIA, YUKON, NORTH-WEST TERRITORIES and NUNAVUT	\$50
FOREIGN DESTINATIONS	\$100

- Shipping charges for parts and accessories: CAN\$10
- Residents of Nova Scotia, New Brunswick, Prince Edward Island and Newfoundland pay 15% HST on top of the retail price. All other residents of Canada pay 7% GST.
- We ship all orders by Federal Express. A customs broker will contact foreign customers to arrange for duty to be paid on delivery.
- Please allow 10 working days for delivery of full bicycles, five days for parts and accessories and 30 days for custom bike orders.
- Print a copy of this screen for your records.

[Acknowledge](#) [Back](#) [Print](#)

1996 Page 1

Check out our award-winning, custom-built titanium-alloy frame.

Contact us toll free in Canada
at 1-800-555-1234 or at (902) 555-1234

E-mail: General information: info@bettysbikes.ca
Sales: sales@bettysbikes.ca
Fax: (902) 555-6789

Visit our retail location:
2235 Wheeler Way, Miramichi, NB A2Z 1X1

[Warranties and Returns](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms and Conditions](#)

[Tips for Your On-line Shopping Experience](#)

Your secure transaction system

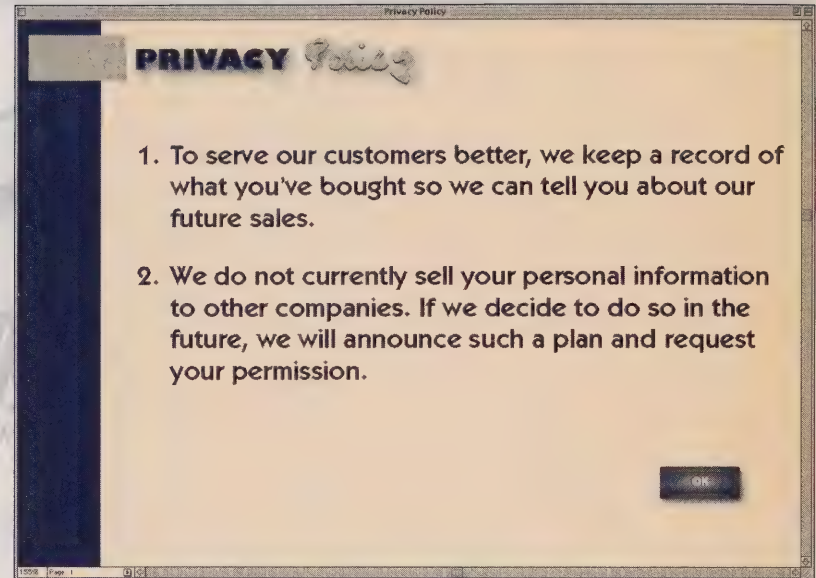
Be up front about your transaction system and the degree of security it provides for your customers' financial information. State who provides the security for you and how it works. If your security service provider has a Web page, put a link to it on your site.



Protecting customers' personal information

Protect the privacy of your customers by developing a privacy policy and posting it on your site. The best model to base your policy on is CSA (Canadian Standards Association) International's privacy code (available from <http://www.csa-international.org> or 1-800-463-6727). Examples of private sector codes are the Canadian Association of Internet Providers' privacy code (<http://www.caip.ca/privacy>) and the Canadian Marketing Association's code of ethics and standards of practice (<http://www.the-cma.org>).

If you are going to use any of the personal information you collect about your customers, by selling your mailing list, for example, get their consent first.



[Privacy Policy]

Certifying your Web site

One way to reassure consumers is to have a reputable third party endorse your business. A number of Internet approval programs are emerging. They range from those that simply verify that your business exists at its claimed address to comprehensive auditing services. More information is available on the Office of Consumer Affairs (Industry Canada) Web site (<http://strategis.ic.gc.ca/oca>).



Responding to customer complaints



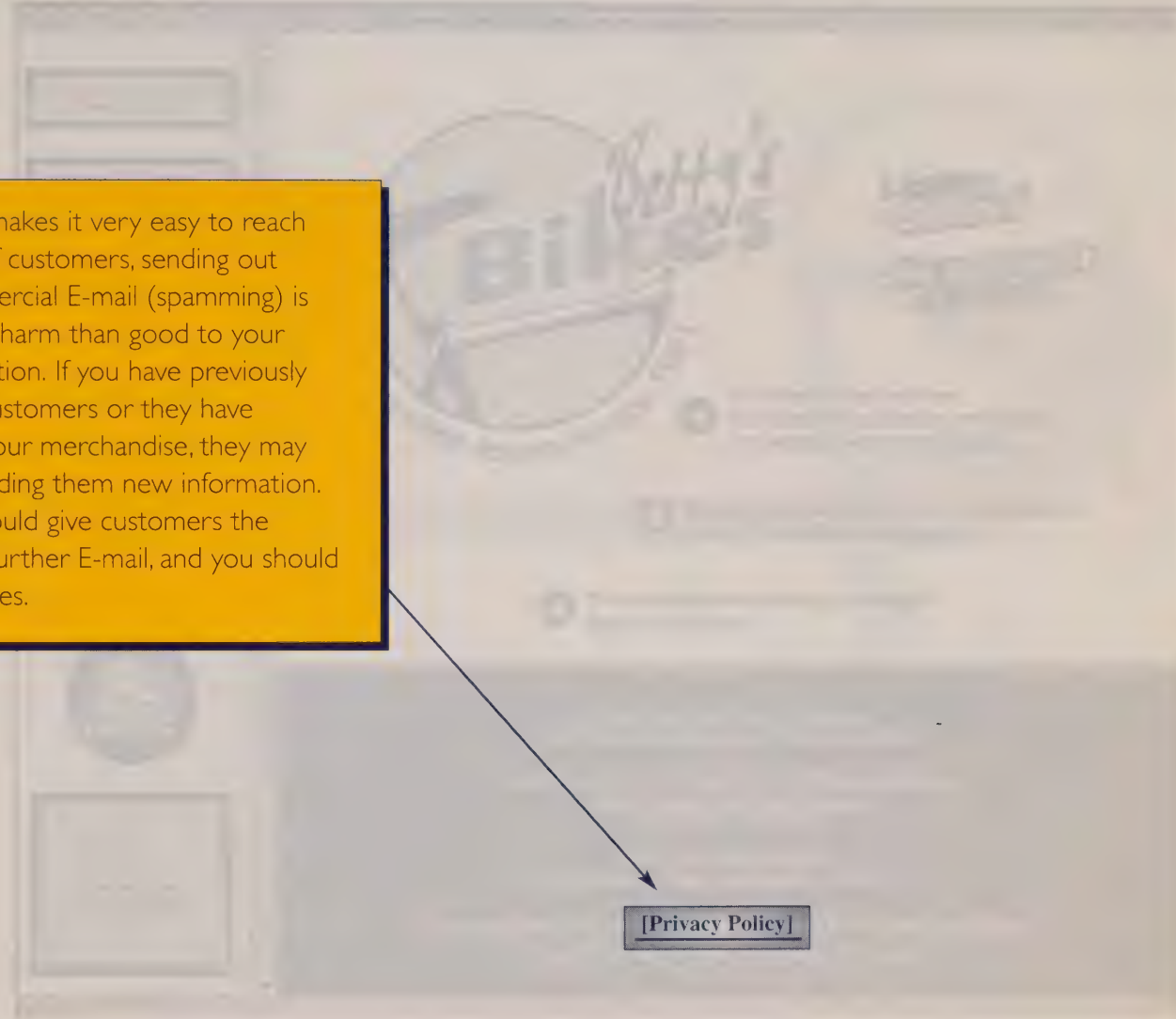
You can also enhance consumer confidence by providing an effective, but simple, process for handling complaints, concerns and inquiries.

If you carry a number of expensive items, consider working with a third-party dispute resolution service, such as a mediator or arbitrator.

Mistakes in purchasing a product do occur, so if a customer is unintentionally billed, reverse the transaction for free.

Unsolicited commercial E-mail

Although E-mail makes it very easy to reach a large number of customers, sending out unsolicited commercial E-mail (spamming) is likely to do more harm than good to your company's reputation. If you have previously sold an item to customers or they have enquired about your merchandise, they may not mind you sending them new information. However, you should give customers the means to refuse further E-mail, and you should respect their wishes.

A blurred screenshot of a website. In the center, there is a circular logo with the word 'Bilco's' inside. To the right of the logo, there is some text that is mostly illegible due to blurring. At the bottom of the page, there is a rectangular button or link that says '[Privacy Policy]'. A black arrow points from the yellow text box on the left towards this '[Privacy Policy]' link.

[Privacy Policy]

Educating your customers

Use your site to help inform consumers about safe and responsible Internet shopping. Make available pointers on what to look for before buying from an on-line merchant. You may also want to provide a link to the Office of Consumer Affairs Web site (<http://strategis.ic.gc.ca/oca>) where customers will find more tips.

[Tips for Your On-line Shopping Protection]

Your on-line business checklist

When you're building your Web site, or fine-tuning your existing site, include each of these elements to ensure maximum consumer comfort:

- ☐ full name of the business
- ☐ mailing address
- ☐ address(es) of your retail location(s)
- ☐ telephone and fax numbers (be sure to mention if the numbers are for specific purposes, such as general information or sales)
- ☐ E-mail address(es) (the same applies here)
- ☐ detailed product information, including sizes, dimensions, colours, materials, model numbers and uses
- ☐ customer-friendly ordering process
- ☐ detailed list of terms and conditions of sale that customers can print
- ☐ secure transaction system and information about it
- ☐ privacy policy, including a place where customers can give you permission (or not) to use their personal information for purposes unrelated to the transaction
- ☐ third-party certification information, if applicable
- ☐ customer service area listing warranties, your return policy, and your process for answering questions and handling problems and complaints.



Publication information

For additional copies of this publication or a copy of *Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework*, please contact:

Information Distribution Centre
Communications Branch
Industry Canada
Room 205D, West Tower
235 Queen Street
Ottawa ON K1A 0H5

Tel.: (613) 947-7466

Fax: (613) 954-6436

E-mail: **publications@ic.gc.ca**



This publication, as well as the principles and tips for consumers, is also available electronically on the World Wide Web at **<http://strategis.ic.gc.ca/oca>**

This publication can be made available in alternative formats upon request. Contact the Information Distribution Centre at the numbers listed above.

© Her Majesty the Queen in Right of Canada
(Industry Canada) 1999

Cat. No. C2-419/1999
ISBN 0-662-64129-9
52647B



10% recycled
material

Working Group Participants

The following organizations participated in the Working Group on Electronic Commerce and Consumers:

- Action réseau consommateur
- Alliance of Manufacturers & Exporters Canada
- Cable Television Standards Foundation
- Canadian Association of Internet Providers
- Canadian Bankers Association
- Canadian Marketing Association
- Competition Bureau, Industry Canada
- Consumers' Association of Canada
- CSA International
- Information Technology Association of Canada
- Ministry of Consumer and Commercial Relations, Government of Ontario
- Ministry of Government Services, Consumer Affairs Division, Government of Alberta
- Office de la protection du consommateur, gouvernement du Québec
- Office of Consumer Affairs, Industry Canada
- Option consommateurs
- Public Interest Advocacy Centre
- Retail Council of Canada

Participants au Groupe de travail

Les organismes suivants ont participé au Groupe de travail sur le commerce électronique et les consommateurs :

- Action réseau consommateur
- Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada
- Association canadienne de la technologie de l'information
- Association canadienne des fournisseurs Internet
- Association canadienne du marketing
- Association des banquiers canadiens
- Association des consommateurs du Canada
- Bureau de la concurrence, Industrie Canada
- Bureau de la consommation, Industrie Canada
- Centre pour la défense de l'intérêt public
- Conseil canadien du commerce de détail
- CSA International
- Fondation des normes de télévision par câble
- Ministère de la Consommation et du Commerce, gouvernement de l'Ontario
- Ministry of Government Services, Consumer Affairs Division, gouvernement de l'Alberta
- Office de la protection du consommateur, gouvernement du Québec
- Option consommateurs

Renseignements sur les publications

Pour obtenir des exemplaires supplémentaires de cette publication ou un exemplaire des *Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique* — Le cadre canadien, adressez-vous au :

Centre de diffusion de l'information
Direction générale des communications
Industrie Canada
Bureau 205D, tour Ouest
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Téléphone : (613) 947-7466
Télécopieur : (613) 954-6436

Courriel : publications@ic.gc.ca

Vous trouverez également une version électronique de cette publication ainsi que les Principes et des conseils à l'intention des consommateurs sur le Web (<http://strategis.ic.gc.ca/bc>).

Cette publication est disponible sur demande dans une présentation adaptée à des besoins particuliers. Communiquez avec le Centre de diffusion de l'information aux numéros ci-dessus.

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.



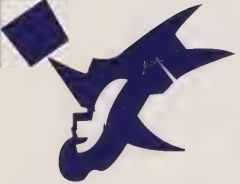
Contient 10 p. 100
de matières
recyclées

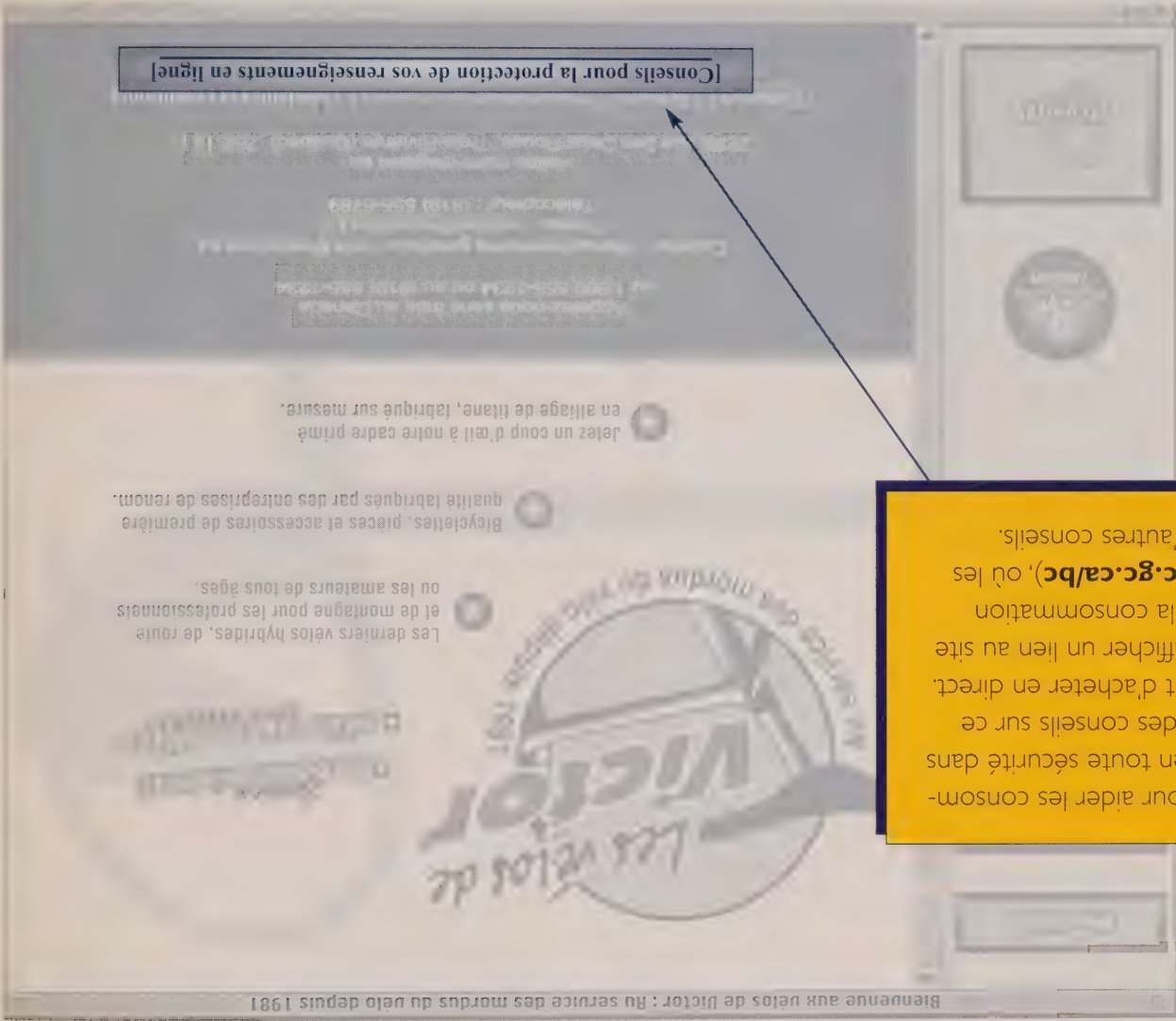
© Sa Majesté la Reine du chef du Canada
(Industrie Canada) 1999
N° de catalogue C2-419/1-1999
ISBN 0-662-64129-9
52647B

Votre liste de contrôle pour le commerce en direct

Lorsque vous concevez votre site Web ou que vous améliorez un site existant, intégrez chacun des éléments suivants pour mettre le client tout à fait en confiance :

- ☐ nom complet de l'entreprise;
- ☐ adresse postale;
- ☐ adresse de tout point de vente au détail;
- ☐ numéros de téléphone et de télécopieur (indiquer si ces numéros ont une fonction particulière, telle que les renseignements généraux ou les ventes);
- ☐ adresse de courriel (indiquer si cette adresse a une fonction particulière);
- ☐ renseignements détaillés sur les produits, y compris les tailles, les dimensions, les couleurs, les matériaux, les numéros de modèle et les utilisations;
- ☐ modalités de vente conviviales;
- ☐ liste détaillée des modalités et conditions de vente que peuvent imprimer les clients;
- ☐ système de transaction sécurisé et renseignements à ce sujet;
- ☐ politique sur la protection des renseignements personnels, y compris une section où les clients peuvent vous donner la permission, ou non, d'utiliser leurs renseignements personnels à des fins sans rapport avec la transaction;
- ☐ le cas échéant, des renseignements sur l'agrément par une tierce partie;
- ☐ section du service à la clientèle où l'on trouvera vos garanties, votre politique de retour, et les modalités en place pour répondre aux questions et traiter les plaintes et les problèmes.





Le courriel commercial non sollicité

Bien qu'il soit très facile de joindre un grand nombre de clients par courriel, l'envoi de publicité non sollicitée par courriel (multipostage) risque de faire plus de tort que de bien à la réputation de votre entreprise. Si vous avez déjà vendu un article à un client ou s'il a sollicité des renseignements au sujet de votre marchandise, il se peut qu'il veuille bien recevoir de nouveaux renseignements. Toutefois, vous devriez offrir aux clients le moyen de refuser d'autres courriels et vous devriez respecter leur volonté.

[Protection de la vie privée]



Les réjos de Victor, de route
et de réjos pour les professionnels
et les amateurs de réjos.

Les réjos de Victor, de route
et de réjos pour les professionnels
et les amateurs de réjos.

Les réjos de Victor, de route
et de réjos pour les professionnels
et les amateurs de réjos.

Réagir aux plaintes de la clientèle

Vous pouvez aussi rassurer davantage les consommateurs en leur offrant un mécanisme simple et efficace de traitement des plaintes et des demandes de renseignements.

Si vous vendez des articles coûteux, songez à faire appel à un service indépendant de règlement des plaintes, tel que celui offert par un médiateur ou un arbitre.

Il peut arriver des erreurs à l'achat d'un produit: si vous facturez un client par mégarde, annulez la transaction sans frais.

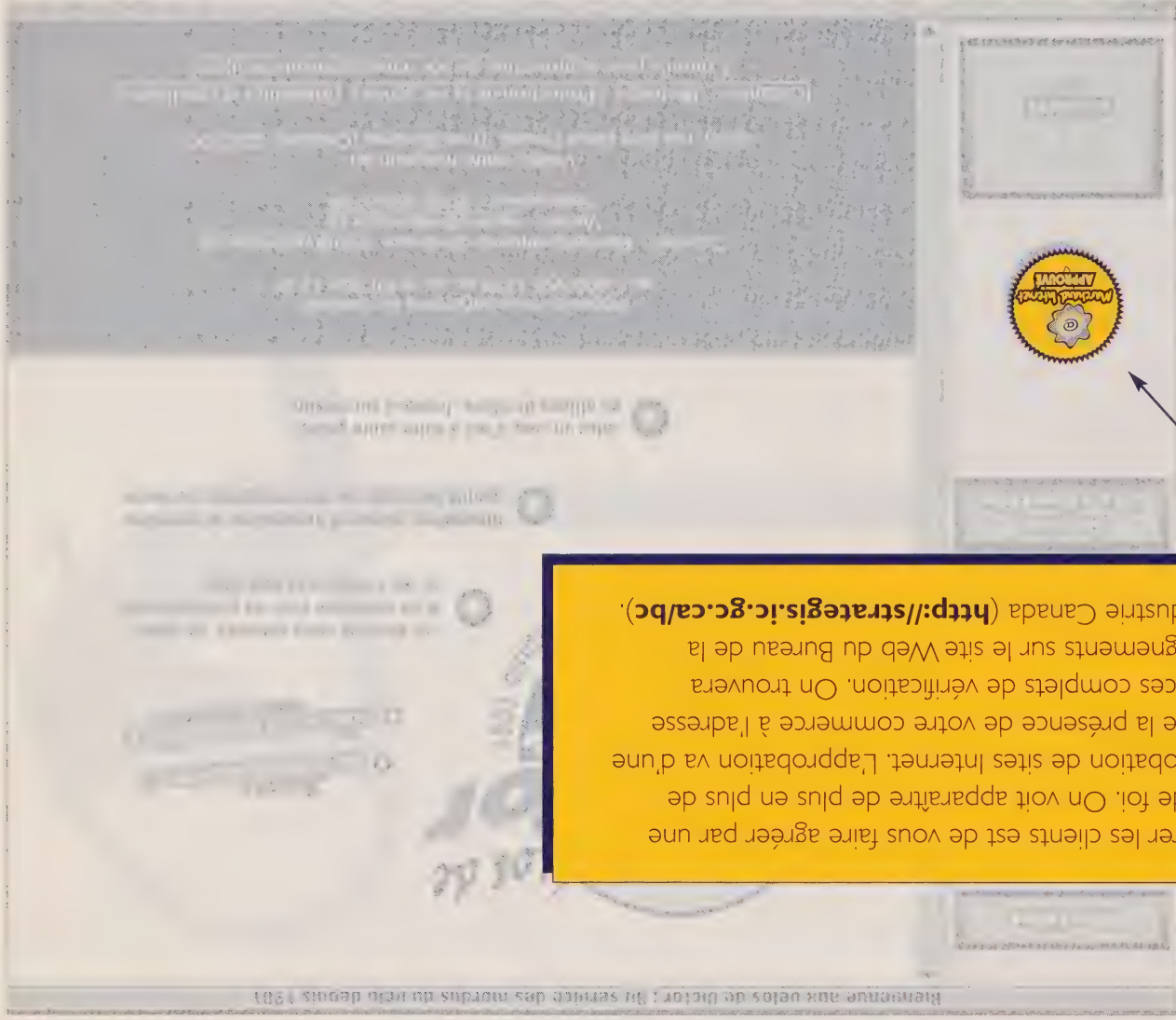
Jetez un coup d'œil à notre cadre prime alliage de titane, fabriqué sur mesure.

Bicyclettes, pièces et accessoires de première qualité fabriqués par des entreprises de renom.

Les derniers vélos hybrides, de route et de montagne pour les professionnels ou les amateurs de tous âges.



Service à la clientèle



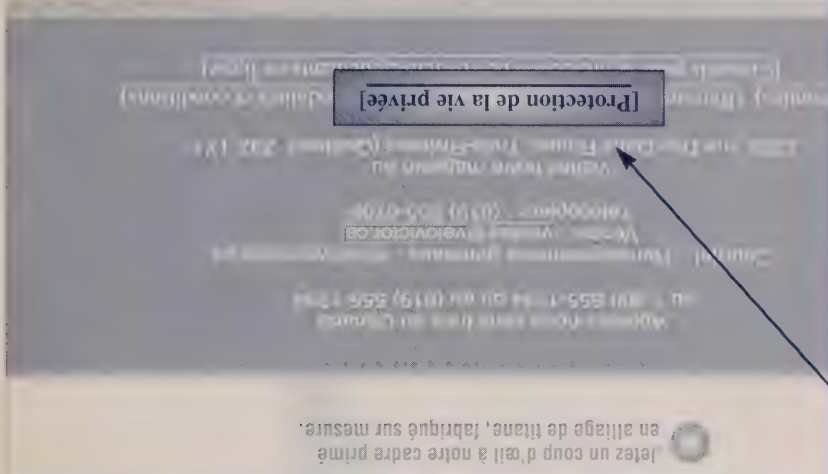
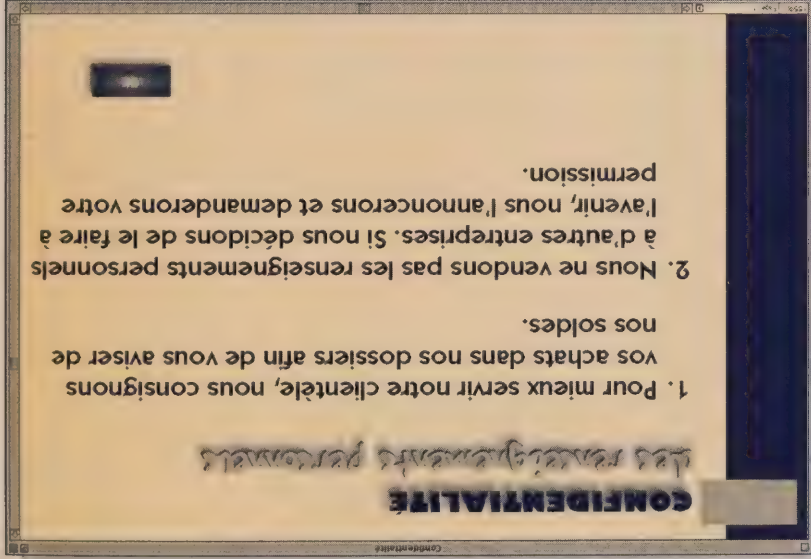
Une façon de rassurer les clients est de vous faire agréer par une tierce partie digne de foi. On voit apparaître de plus en plus de programmes d'approbation de sites Internet. L'approbation va d'une simple vérification de la présence de votre commerce à l'adresse indiquée à des services complets de vérification. On trouvera davantage de renseignements sur le site Web du Bureau de la consommation d'Industrie Canada (<http://strategis.ic.gc.ca/bc>).

**Faire agréer
votre site web**

Protéger les renseignements personnels des clients

Protégez les renseignements personnels de vos clients en élaborant une politique sur la protection de la vie privée et en l'affichant sur votre site. Le meilleur exemple à suivre est le Code type sur la protection des renseignements personnels de la CSA (Association canadienne de normalisation internationale) (<http://www.csa-international.org> ou 1 800 463-6727). Il existe d'autres exemples dans le secteur privé, tels que le Code de protection de la vie privée de l'Association canadienne des fournisseurs Internet (<http://www.caip.ca/privacy>) et le Code de déontologie et les normes de pratique de l'Association canadienne du marketing (<http://www.the-cma.org>).

Si vous prévoyez utiliser certains des renseignements personnels que vous communiquez vos clients, par exemple en vendant votre liste de publipostage, obtenez tout d'abord leur consentement.



Un système de transaction sécurisé

Soyez franc au sujet de votre système de transaction et du niveau de sécurité des renseignements financiers de vos clients. Indiquez qui assure la sécurité de votre système et comment il fonctionne. Si votre fournisseur de service de sécurité possède un site Web, affichez un lien à ce site.

Rienvenue aux vélos de Victor : Au service des mordus du vélo depuis 1981

Les vélos de Victor

Victor

service des mordus du vélo depuis 1981

Les premiers vélos professionnels, de route
ou mixtes pour les professionnels
ou amateurs de tous âges.

Provision : pièces et accessoires de première
qualité fournis par des experts de renommée.

Le Victor est un vélo à cadre primé
et équipé de pièces toujours sur mesure

Garantie : 2 ans de pièces et de main d'œuvre

Service : 100% de satisfaction

Adresse : 1000 Avenue de la Paix, 10000 Québec, Québec

Téléphone : 514-555-1234

Site Web : www.victor-bicycles.com

Logo : Sécurité

Des modalités et conditions de vente claires

- Les consommateurs doivent connaître toutes les modalités et conditions qui s'appliquent à leur achat :
 - le plein prix et la devise qui a servi à le calculer;
 - les frais d'expédition;
 - les taxes;
 - les droits de douane et les frais du courtier en douane;
 - tous les autres frais qui seront ajoutés au plein prix;
 - les modalités de livraison;
 - le territoire où le produit est vendu ou peut être livré;
 - les modalités d'annulation, de retour et d'échange, les garanties, le cas échéant, et tous les frais connexes.
- Inscrivez toutes les modalités et conditions dans un endroit facile à repérer sur votre site. Permettez également aux consommateurs d'imprimer une copie des modalités et conditions pour leurs dossiers lorsqu'ils effectuent leur achat.

Modalités et conditions de vente

Tous les prix sont en dollars canadiens.

Frais d'expédition de bicyclettes assemblées (\$CAN)

NOUVELLE ÉCOSSE, NOUVEAU-BRUNSWICK, ÎLE DU PRINCE-ÉDOUARD ET TERRE-NEUVE	40 \$
ONTARIO, QUÉBEC, MANITOBA, SASKATCHEWAN, ALBERTA, COLOMBIE-BRITANNIQUE, YUKON, TERRITOIRES DU NORD-OUEST ET NUNAVUT	50 \$
EXTÉRIEUR DU CANADA	100 \$

- Les résidents du Québec doivent payer la TVA de 7,5 % et la TPS de 7 %. Les résidents de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard et de Terre-Neuve doivent payer la TVA de 15 %. Les autres résidents du Canada doivent acquitter la TPS de 7 %.
- Nous expédions les commandes par Federal Express. Un courier en douane communiquera avec les clients étrangers pour organiser le paiement des droits de douane à la livraison.
- Veuillez prévoir 5 jours ouvrables pour les pièces et accessoires, 10 jours pour la livraison de bicyclettes complètes et 30 jours pour les bicyclettes fabriquées sur mesure.
- Imprimez une copie de cet écran pour vos dossiers.

Accepter **Refuser** **Imprimer**

[Modalités et conditions]

Une possibilité
d'achat rapide
pour les clients
réguliers

Il se peut que les clients réguliers qui ont déjà ouvert un compte et choisi un mot de passe souhaitent commander vos produits plus facilement. Un écran d'achat rapide offre à ces clients une méthode claire et simple de faire leurs achats; il faut toutefois prévoir une façon évidente de modifier ou d'annuler une commande dans un délai raisonnable suivant l'achat. Cette option rend votre système de transaction sécuritaire (voir page 11) et votre politique de protection des renseignements personnels (voir page 12) encore plus importants pour vos clients.

Bienvenue aux vélos de Victor : Au service des mortus du veio depuis 1981

ACHAT RAPIDE

Si vous êtes un client régulier, utilisez cette option pratique.

N° de compte

Mot de passe

N° de l'article

ANNULER **TERMINER**

Commande

Des modalités de commande conviviales

Offrez aux clients des modalités d'achat claires, par étapes.

Par exemple, aménagez une page distincte sur votre site pour un formulaire de commande ou un « panier » où il sera possible pour les consommateurs d'ajouter les articles qu'ils comptent acheter et de choisir le mode de paiement. Une fois cette liste dressée, ils pourront cliquer sur « Terminer » pour confirmer leur commande. Si vous n'offrez pas de modalités d'achat par étapes, vous devriez prévoir une période de « réflexion » au cours de laquelle les clients pourront changer d'idée. Si vous voulez offrir à vos clients réguliers des modalités d'achat plus rapides, consultez la page suivante.

Indiquez le plein prix des articles, les modalités et conditions (voir page 10 pour plus de détails à ce sujet), et les méthodes de paiement. Les clients devraient pouvoir imprimer une copie de la transaction pour leurs dossiers. En outre, s'il y a une période d'attente entre l'achat et la livraison, vous devriez songer à afficher les modalités et conditions de vente, les coordonnées du service à la clientèle, les modalités de paiement, et les consignes de sécurité et d'entretien au moment de la livraison.

Formulaire de commande

BOUVIERS DE COMMANDE

Votre numéro de compte :

Si vous êtes un nouveau client, entrez votre nom et votre adresse postale.

Nom :

Adresse :

Ville : Province : Pays :

Code postal :

Téléphone : Télécopieur :

Courriel :

Code du produit	Quantité	Description du produit	Prix

● Une fois tous les articles énumérés, cliquez sur Terminer. Vous serez redirigé vers la confirmation, où vous pourrez vérifier votre commande de nouveau avant de nous l'envoyer.

Formulaire de commande

COMMANDE

**Dire aux
consommateurs
qui vous êtes**

Affichez bien en vue sur votre page d'accueil le nom de votre entreprise, son identité juridique et son adresse ainsi que des renseignements détaillés sur la façon de communiquer avec elle. Les consommateurs aiment utiliser d'autres méthodes que le courrier électronique pour s'adresser à des entreprises; donc si vous possédez un numéro sans frais, affichez-le. À tout le moins, inscrivez vos numéros de téléphone et de télécopieur ainsi que votre adresse postale.



Solides hebdomadaires!
nouveaux modèles
à tous les âges!

Les derniers vélos hybrides, de route et de montagne pour les professionnels ou les amateurs de tous âges.

Bicyclettes, pièces et accessoires de première qualité fabriqués par des entreprises de renom.

● Jetez un coup d'œil à notre cadre primé en alliage de titane, fabriqué sur mesure.

Appeliez-nous sans frais au Canada
au 1 800 555-1234 ou au (819) 555-1234

Courriel : Renseignements généraux : info@velovictor.ca
Ventes : ventes@velovictor.ca
Télécopieur : (819) 555-6789

Visitez notre magasin au
2235, rue Des Deux Rives, Trois-Rivières (Québec) Z3Z 1X1

Modèles

Accessoires

Commande

Quoi de neuf

Service à la clientèle



SÉCURITÉ



Les derniers vélos hybrides, de route et de montagne pour les professionnels ou les amateurs de tous âges.

Bicyclettes, pièces et accessoires de première qualité fabriqués par des entreprises de renom.

● Jetez un coup d'œil à notre cadre prime en alliage de titane, fabriqué sur mesure.

Appelez-nous sans frais au Canada au 1 800 555-1234 ou au (819) 555-1234
 Courriel : Renseignements généraux : info@velovictor.ca
 Ventes : ventes@velovictor.ca
 Télécopieur : (819) 555-6789

Visitez notre magasin au 2235, rue Des Deux Rives, Trois-Rivières (Québec) Z3Z 1X1

[Garanties] [Retours] [Protection de la vie privée] [Modalités et conditions]
 [Conseils pour la protection de vos renseignements en ligne]

● **Soudes hebdomadaires!**
 ● **Les nouveaux modèles sont arrivés!**

Mettre en pratique la protection des consommateurs

Le magasin fictif **Les Vélos de Victor** (voir ci-contre) est un exemple de pratiques commerciales fructueuses qui observent à la lettre les principes de protection des consommateurs. Dans les pages suivantes, vous verrez comment Victor et son personnel ont réussi à afficher tous les renseignements importants à l'intention des consommateurs tout en créant un site intéressant et facile d'utilisation, qui attire les clients. Les renseignements sont présentés dans l'ordre dans lequel un consommateur pourrait les retrouver lorsqu'il envisage de procéder à un achat.

À la fin du guide (page 17), vous trouverez une liste de contrôle à utiliser lors de la conception de votre site, pour vous assurer d'observer les principes.



Votre commerce dans Internet Gagner la confiance des consommateurs

Les pages qui suivent constituent un guide visant à permettre aux commerces en direct de protéger les consommateurs et de gagner leur confiance.

Les renseignements présentés ici sont fondés sur des principes* formulés par un groupe de représentants d'entreprises, d'associations de consommateurs et de gouvernements du Canada. Ces principes expliquent en détail ce que devraient faire les marchands faisant affaire dans Internet pour assurer une protection suffisante aux consommateurs dans les domaines suivants : diffusion des renseignements, passation des contrats, respect de la vie privée, sécurité des transactions et des renseignements personnels, recours, responsabilité, courriel commercial non sollicité et sensibilisation des consommateurs.

**Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique — Le cadre canadien. Vous trouverez à la page 18 du présent guide les renseignements nécessaires pour obtenir cette publication.*

Table des matières

Mettre en pratique la protection des consommateurs	4
Page Web type	5
Dire aux consommateurs qui vous êtes	6
Laisser les consommateurs « vérifier la marchandise »	7
Des modalités de commande conviviales	8
Une possibilité d'achat rapide pour les clients réguliers	9
Des modalités et conditions de vente claires	10
Un système de transaction sécurisé	11
Protéger les renseignements personnels des clients	12
Faire agréer votre site Web	13
Réagir aux plaintes de la clientèle	14
Le courriel commercial non sollicité	15
Eduquer vos clients	16
Votre liste de contrôle pour le commerce en direct	17
Renseignements sur les publications	18
Participants au Groupe de travail	19

Voire

commerce dans Internet

**Gagner la confiance
des consommateurs**

*Un guide pour la protection
des consommateurs à l'intention
des commerces en direct*



Bureau de la consommation

Canada